

T S I E C
ストラテジー

韓国ブランド集積の新サイト

EC支援「カフェ24」と連携

T S I E CグループのT S I E Cストラテジー(東京)は9日、

韓国ファッションブランド集積ECサイト「モルジ」を開設した。グループ中期経営計画で掲げる「グローバル・デジタル・新規事業」強化に沿った第1弾。韓国ブランドの大多数が導入しているEC構築支援システム「カフェ24」と商品・画像・コンテンツでデータ連携し、サイト構築から情報提供、編集・

発信などマーケティングまで行う。

モルジは韓国ブランドの日本向け越境ECサイト。韓国の150万のブランド・企業が自社ECシステムとして採用しているカフェ24とデータ連携するのが強みだ。日々ブランドが更新する商品を反映し、最旬の韓国ファッションを日本のユーザーに合わせてサイト構築する。SNS、動画発信など編集・M D

・販促も行う。

開設時の扱いブランドは22。「AIN」「オープン・ザ・ドア」など認知度のあるものか



初めて自主運営する「モルジ」

ら、まだ日本で販売していない12ブランドが入った。1ブランドで30〜100品番、2000点を販売する。在庫は各ブランド直営ECサイトと連動する。今期中(20年2月期)に30ブランドを目指し、来期は100ブランドに増やす。

同社はこれまでグループブランドのEC事業の成長と支援、グループブランド集積サイト「ミックスドットトウキョウ」の運営を主としてきた。事業運

営の主体となるのは初。

18年秋にミックスドットトウキョウで越境ECシステムとして採用したカフェ24との提携以降、韓国の2ブランドを試験的に自主販売し、「韓国ファッションへのニーズは非常に高い一方、トレンドの移り変わりが速いため、ブランド集積・編集型サイトを運営することが最適だと判断した」(柏木又浩社長)という。

特にコンテンツ事業を意識し、ブランド数の拡大とともに、雑貨やコスメに商品を広げ、グルメや旅行などの情報の編集まで行う。カフェ24との連携は越境スタイルながら旬のブランド展開と商品在庫の確保が強みとし、他国・地域でのサイト開設も視野に入れる。